

**KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENINGKATAN  
KREATIVITAS ANAK DI PANTI ASUHAN TIARA PUTRI  
BANDAR LAMPUNG**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

**OLEH :**

**BOBBY ZOEL SAPUTRA**

**NPM : 1641010054**

**JURUSAN: KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**



**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1441 H/2020 M**

## **ABSTRAK**

### **KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENINGKATAN KREATIVITAS ANAK DI PANTI ASUHAN TIARA PUTRI BANDAR LAMPUNG**

**OLEH  
BOBBY ZOEL SAPUTRA**

Pada umumnya komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri-sendiri melainkan satu sama lain saling membutuhkan, hubungan individu yang satu dengan yang lainnya dapat dilakukan dengan cara berkomunikasi. Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun non-verbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Kreativitas anak merupakan kemampuan anak menciptakan gagasan baru yang asli dan imajinatif, dan juga kemampuan mengadaptasi gagasan baru dengan gagasan yang sudah dimiliki. Dalam sebuah panti asuhan, pengasuh memiliki cara dalam mendidik dan membina anak asuh agar menjadi anak yang kreatif. Hal itu menjadi kewajiban pengasuh sebagai orang tua pengganti anak-anak asuh yang tinggal dipanti, dalam penelitian ini penulis meneliti di Panti Asuhan Tiara Putri Sukarame Bandar Lampung. Kemudian yang menjadi pokok permasalahan adalah bagaimana komunikasi dakwah dalam peningkatan kreativitas anak di Panti Asuhan Tiara Putri, dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi dakwah dalam peningkatan kreativitas pada anak di Panti Asuhan Tiara Putri Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 33 orang yaitu 30 anak asuh dan 3 pengasuh panti asuhan sedangkan sampel peneliti mengambil 4 anak asuh dan 2 pengasuh, dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik dengan mengambil sampel dengan kriteria. Penelitian ini merupakan jenis penelitian (*field research*) yang mengangkat data dari lapangan, yang bersifat deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu interview sebagai data primer, sedangkan metode lain yang digunakan adalah observasi dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini dapat ditemukan bahwa komunikasi dakwah dalam peningkatan kreativitas anak di Panti Asuhan Tiara Putri yaitu proses komunikasi dan pesan-pesan komunikasi yang baik yang bersumber dari syariat-syariat ajaran Islam dan disampaikan oleh para pengasuh ke anak asuh di Panti Asuhan Tiara Putri ini, semua proses dan pesan komunikasi yang ada di panti asuhan diharapkan mampu merubah dan mempengaruhi pola pikir anak asuh sehingga dapat menjadi pribadi yang lebih baik lagi dan diharapkan juga dapat menumbuhkan serta meningkatkan jiwa kreativitas mereka dalam bidang agama maupun umum.





**KEMENTERIAN AGAMA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

**Jln. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Telp (0721) 703289**

**PERSETUJUAN**

Tim pembimbing telah membimbing dan mengoreksi skripsi

Saudara:

Nama Mahasiswa : Bobby Zoel Saputra

NPM : 1641010054

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Komunikasi Dakwah dalam Peningkatan Kreativitas Anak di Panti Asuhan Tiara Putri

**MENYETUJUI**

Untuk di munaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang

Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si**

**NIP. 195707151987031003**

**Dr. Fariza Makmun, S. Ag., M.Sos.**

**NIP. 197312091997032003**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**M. Apun Syaripudin, S. Ag., M.Si**

**NIP. 197209291998031003**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

**Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289**

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **"KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENINGKATAN KREATIVITAS ANAK DI PANTI ASUHAN TIARA PUTRI BANDAR LAMPUNG"** disusun oleh, Bobby Zoel Saputra, NPM: 1641010054 Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal: 29 Juni 2020

**Tim Penguji**

Ketua : Khairullah, S. Ag., MA

Sekretaris : Siti Wuriyan, Sos. I., M. Kom. I

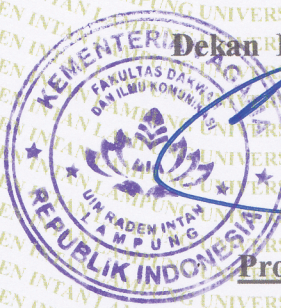
Penguji I : Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I

Penguji II : Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si

Penguji III : Dr. Fariza Makmun, S. Ag., M.Sos.i

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



**Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si**

**NIP. 1961040919900311002**



## SURAT PERNYATAAN

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bobby Zoel Saputra  
NPM : 1641010054  
Jurusan Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENINGKATAN KREATIVITAS ANAK DI PANTI ASUHAN TIARA PUTRI BANDAR LAMPUNG”** adalah benar-benar hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau seduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah di rujuk dan disebutkan dalam *footnote* atau daftar pustaka apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

Bandar Lampung, Juni 2020

Penulis

  
Bobby Zoel Saputra  
1641010054



## MOTTO

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ  
السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

*“Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur.” (QS. An-Nahl [16]: 78)*

## **PERSEMBAHAN**

Karya tulis ini saya persembahkan sebagai wujud ungkapan terimakasih yang mendalam kepada :

1. Ayahanda saya Suryakanta dan Ibunda saya Hernawati Rala, atas pengorbanan mereka selama ini sejak masih dalam kandungan sampai diusia saya yang sekarang, yang tidak pernah lelah dan bosan dalam bekerja dan mendoakan anak-anaknya, hanya Allah SWT yang bisa membalas segalanya.
2. Kakak-kakak saya Gilang Reza Saputra dan Ragil Aji Saputra yang selalu memberikan dorongan dan semangat demi keberhasilanku.
3. Dosen Pembimbing saya Bapak Prof. Dr. H. Nasor, M.Si dan Bunda Dr. Fariza Makmun, S.Ag., M.Si yang selalu sabar membimbingku dan memberikan banyak ilmu. Semoga ilmu yang diberikan selama ini dapat menjadi berkah dan manfaat serta menjadi ladang pahala yang tidak putus.
4. Sahabat sekaligus saudara saya “Lowres” Arif Suranto, Hafidz Naufal, M. Riduan, Triga Irvanda Fajar. Terimakasih atas semua waktu dan support yang selalu diberikan, semoga bisa sukses bersama dalam berkarya.
5. Sahabat sekaligus teman seperjuangan Ahmad Agung Prayoga, Denny Heryansyah, R. Lian Nando, Rafika Monita, Toni, Tomi Kurniawan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan namanya satu-satu. Terimakasih atas rasa saling support, saling mendoakan selama ini, terus berjuang dan berkarya.
6. Semua teman-temanku di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya Kelas KPI A, terimakasih atas rasa saling support, saling mendoakan selama ini, terus berjuang dan berkarya.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Bobby Zoel Saputra dilahirkan di Kota Bandar Lampung pada tanggal 1 April 1998, anak ke 3 dari 3 bersaudara dari pasangan suami istri Bapak Suryakanta dan Ibu Hernawati Rala. Penulis mempunyai 2 orang kakak yaitu kakak yang pertama Gilang Reza Saputra dan yang kedua Ragil Aji Saputra.

Adapun riwayat pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Penulis memulai pendidikannya dari Taman Kanak-Kanak di TK Bunga Bangsa (2003-2004)
2. Kemudian penulis meneruskan ke jenjang Sekolah Dasar di SDN 2 Sukabumi Bandar Lampung (2004-2010)
3. Penulis melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP 5 Negeri Bandar Lampung (2010-2013)
4. Kemudian penulis melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di MAN 1 Bandar Lampung (2013-2016)
5. Dan sekarang penulis berkuliah di Perguruan Tinggi di UIN Raden Intan Lampung (2016 – sedang ditempuh)

Adapun prestasi yang pernah penulis raih selama menjalani dunia pendidikan adalah sebagai berikut;

1. Juara 1 Lomba Mewarnai tingkat TK di BPOM Bandar Lampung (2003)

2. Juara 3 Lomba Melukis tingkat TK di BPOM Bandar Lampung  
(2003)
3. Juara 2 Cerdas Cermat tingkat SD di SDN 2 Sukabumi Bandar  
Lampung (2005)
4. Juara 1 Lomba Adzan Se-Kelurahan Sukabumi (2010)
5. Juara 2 Lomba Qori Se-Kelurahan Sukabumi (2010)
6. Juara Harapan Lomba Band tingkat SMA di Festival Musik  
Bandar Lampung (2015)

## KATA PENGANTAR

Segala Puji hanya milik Allah, yang berhak dipuji karena nikmat yang begitu besar telah diberikan kepada kita semua. Tidak ada sedikit perjuangan pun yang luput dari pengawasan-Nya, karena Dia-lah yang mengatur jiwa-jiwa kita. Semoga keberkahan senantiasa tercurahkan kepada kita semua. Sholawat dan salam selalu kita sanjungkan kepada sang tauladan sejati, pembawa risalah yaitu Rasulullah Nabi Muhammad SAW. Semoga kelak kita semua diberikan syafaatnya dihari kiamat.

Sehubungan dengan terwujudnya karya ilmiah ini yang merupakan usaha dan do'a penulis. Adapun judul skripsi ini adalah **“KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENINGKATAN KREATIVITAS ANAK DI PANTI ASUHAN TIARA PUTRI BANDAR LAMPUNG”**. Skripsi ini dapat penulis selesaikan atas bantuan dan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H, Khomsarial Romli, M. Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak M. Apun Syarifudin, S.Ag., M.Si, Selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam serta Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti , S.Sos., M.Sos.I selaku seketaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) UIN Raden Intan Lampung.



3. Bapak Prof. Dr. H. Nasor, M.Si selaku Pembimbing I dan Bunda Dr. Fariza Makmun, S.Ag., M.Sos.I selaku Pembimbing II yang telah sabar memberikan bantuan, pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Pegawai Akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
5. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan arahan pada penulis
6. Pihak perpustakaan pusat dan juga perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah menyediakan buku buku referensi.
7. Komunitas Yuk Hijrah Lampung yang telah bersedia memberikan informasi sehingga skripsi ini terselesaikan
8. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Akhirnya ungkapan Doá terucap dengan ikhlas, dan mudah-mudahan seluruh jasa baik moral maupun material berbagai pihak, dinilai baik dan membuahkan pahala disisi Allah SWT.

Bandar Lampung, 25 Juni 2020

Penulis,

**Bobby Zoel Saputra**  
**1641010054**

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>

### **BAB I    PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	6
C. Latar Belakang Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	11
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Metode Penelitian .....	12
H. Tinjauan Pustaka.....	20

### **BAB II    KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENINGKATAN KREATIVITAS**

A. Komunikasi Dakwah .....	22
1. Pengertian Komunikasi Dakwah .....	22
2. Unsur-Unsur Komunkasi Dakwah .....	23
3. Sumber Komunikasi Dakwah.....	28
4. Metode-Metode Komunikasi Dakwah .....	30
5. Fungsi Komunikasi Dakwah .....	34
6. Tujuan Komunikasi Dakwah.....	35

B. Kreativitas.....	38
1. Pengertian Kreativitas .....	38
2. Ciri-Ciri Kreativitas.....	40
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kreativitas .....	43
4. Model Komunikasi Dakwah dalam Meningkatkan Kreatifitas Anak.....	49
5. Tujuan Kreativitas Anak.....	51
C. Komunikasi Dakwah dalam Meningkatkan Kreativitas Anak .....	51

### **BAB III GAMBARAN UMUM PANTI ASUHAN TIARA PUTRI**

A. Sejarah Berdirinya Panti Asuhan Tiara Putri .....	54
B. Visi dan Misi Panti Asuhan Tiara Putri.....	56
C. Struktur Kepengurusan Panti Asuhan Tiara Putri .....	56
D. Kegiatan Anak-Anak di Panti Asuhan Tiara Putri .....	58
E. Komunikasi Dakwah dalam Meningkatkan Kreativitas Anak di Panti Asuhan Tiara Putri.....	62

### **BAB IV KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENINGKATAN KREATIVITAS ANAK DI PANTI ASUHAN TIARA PUTRI.....**

71

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	81
B. Saran .....	83

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Sebagai langkah awal dan untuk menghindari kesalahpahaman makna yang terkandung dalam judul proposal penelitian ini, maka penulis perlu menjelaskan beberapa pengertian dalam judul proposal penelitian ini. Adapun judul proposal penelitian ini adalah **“KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENINGKATAN KREATIVITAS ANAK DI PANTI ASUHAN TIARA PUTRI BANDAR LAMPUNG”** Adapun uraian pengertian beberapa istilah yang terdapat di dalam judul proposal tersebut yaitu sebagai berikut.

**Komunikasi Dakwah** terdiri dari dua kata yaitu komunikasi dan dakwah, komunikasi dalam bahasa inggris (*communication*) berasal dari kata latin *communication* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama, sama disini maksudnya sama makna.<sup>1</sup> Menurut Everett M. Rogers sebagaimana dikutip oleh Sumadi Dilla, komunikasi adalah proses dimana satu ide dialihkan dari sumber kepala satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.<sup>2</sup>

Sedangkan dakwah secara etimologis berasal dari kata bahasa arab *da'i-yad'u-da'watan* yang artinya seruan, ajakan, atau panggilan. Jadi seseorang yang melakukan seruan dan ajakan untuk menuju jalan allah dikenal dengan panggilan

---

<sup>1</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h.9.

<sup>2</sup> Sumadi Dilla, *Komunikasi Pembangunan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 21.

da'i. Tetapi mengingat bahwa proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu, maka dikenal pula istilah mubaligh yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (*message*) komunikasi dakwah kepada pihak komunikan.<sup>3</sup>

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.<sup>4</sup>

Menurut Bambang Saiful Ma'arif komunikasi dakwah merupakan suatu retorika (persuasif) yang dilakukan oleh komunikator dakwah (da'i) untuk menyebarluaskan pesan-pesan bermuatan nilai agama, baik dalam bentuk verbal maupun non verbal, kepada jemaah untuk memperoleh kebaikan di dunia dan di akhirat.<sup>5</sup>

Dari pengertian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi dakwah adalah suatu proses kegiatan penyampaian suatu pesan atau informasi yang disampaikan oleh da'i (komunikator) kepada mad'u (komunikan) berdasarkan dari ajaran-ajaran dalam agama Islam untuk mempengaruhi pola pikir sehingga dapat menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

---

<sup>3</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Cetakan kedua, (Jakarta: CV. Gaya Media Pratama, 1997), h. 31.

<sup>4</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 26.

<sup>5</sup> Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010), h. 34.

**Peningkatan** Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti proses, cara, perbuatan meningkatkan (usaha, kegiatan, dan sebagainya).<sup>6</sup> Menurut Adi S peningkatan atau meningkatkan berasal dari kata tingkat, yang berarti lapis atau lapisan dari sesuatu yang membentuk susunan. Tingkat juga dapat berarti pangkat, taraf, dan kelas, sedangkan peningkatan berarti kemajuan yang dapat digambarkan dengan perubahan dari keadaan atau sifat yang negatif berubah menjadi positif.<sup>7</sup>

Dari pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa pengertian peningkatan adalah kemajuan seseorang dalam melakukan perbuatan, kegiatan, atau usaha. Kemajuan tersebut dapat digambarkan dengan keadaan atau sifat yang negatif berubah menjadi lebih positif.

**Kreativitas** menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata dasar kreatif, yaitu memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu<sup>8</sup> Menurut psikolog humanistik, Abraham Maslow dan Carl Rogers sebagaimana dikutip oleh Utami menyatakan bahwa seseorang dikatakan mengaktualisasikan dirinya apabila seseorang menggunakan semua bakat dan talentanya untuk menjadi apa yang ia mampu menjadi, mengaktualisasikan, atau mewujudkan potensinya.<sup>9</sup>

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah suatu kemampuan untuk menciptakan dan menemukan sesuatu hal yang baru dan

---

<sup>6</sup> Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007).

<sup>7</sup> Adi S, "Pengertian Peningkatan Menurut Para Ahli". (On-Line) tersedia di: <https://www.duniapelajar.com/2014/08/08/pengertian-peningkatan-menurut-para-ahli/> pada tanggal 15/02/2020 15.51 WIB.

<sup>8</sup> Trisno Yuwono, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arkola), h.330.

<sup>9</sup> Utami Munandar, *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*, (Jakarta : Rineka Cipta,1999), h.19.

berbeda dari sebelumnya, biasanya berbentuk ide, langkah, barang atau produk dengan melakukan berbagai inovasi yang diciptakan sendiri.

**Anak** adalah bagian dari generasi muda sebagai salah satu sumber daya manusia yang merupakan potensi dan penerus cita-cita perjuangan bangsa yang memiliki peran strategis dan mempunyai ciri dan sifat khusus memerlukan pembinaan perlindungan dalam rangka menjamin pertumbuhan dan perkembangan fisik, mental, sosial secara utuh, serasi, selaras dan seimbang.<sup>10</sup>

Pengertian anak dalam ajaran Islam merupakan titipan dari Allah yang di amanatkan kepada orangtua. Anak adalah salah satu lapisan masyarakat yang merupakan bagian dari generasi muda sebagai penerus cita-cita perjuangan bangsa, yang memerlukan pembinaan dan perlindungan dari orangtua, wali maupun guru dalam rangka menjamin pertumbuhan dan perkembangan fisik, mental, dan sosial, serta perlindungan dari segala kemungkinan yang akan membahayakan mereka.<sup>11</sup>

Dari pengertian di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa anak adalah manusia kecil penerus bangsa yang memerlukan pembinaan dan perlindungan dari orangtua, wali maupun guru dalam rangka menjamin pertumbuhan dan perkembangan fisik, mental, dan sosial, serta perlindungan dari segala kemungkinan yang akan membahayakan mereka. Anak yang dimaksud penulis disini adalah yang berumur dari 6-12 tahun.

---

<sup>10</sup> Kartini Katono, *Psikologi Anak* (Bandung: Alumni, 2006), cet. Kelima, h. 117.

<sup>11</sup> Marcelino Sumolang, Jurnal "*Peranan Internet Terhadap Generasi Muda Di Desa Tounalet Kecamatan Langowan Barat*", Vol. 2 No. 4 (2013).

**Panti Asuhan** adalah suatu lembaga usaha kesejahteraan sosial yang mempunyai tanggung jawab untuk mengasuh dan membimbing serta memberikan pelayanan kesejahteraan sosial pada anak terlantar dengan melaksanakan penyantunan dan pengentasan anak terlantar, memberikan pelayanan pengganti orang tua/wali anak dalam memenuhi kebutuhan fisik, mental dan sosial kepada anak asuh sehingga memperoleh kesempatan yang luas, tepat dan memadai bagi pengembangan kepribadiannya sesuai dengan yang diharapkan sebagai bagian dari generasi penerus cita-cita bangsa dan sebagai insan yang akan turut serta aktif dalam bidang pembangunan sosial.<sup>12</sup>

Panti asuhan yang dimaksud oleh penulis adalah lembaga kesejahteraan sosial yang bertanggung jawab memberikan pelayanan pengganti dalam pemenuhan kebutuhan fisik, mental, dan sosial pada anak, sehingga mereka memperoleh kesempatan yang luas, tepat dan memadai bagi perkembangan kepribadian sesuai dengan harapan. Panti asuhan yang penulis teliti merupakan panti asuhan yang tidak hanya untuk anak-anak yatim piatu saja, panti asuhan ini didirikan dengan tujuan untuk mendidik anak yatim piatu dan anak yang terlantar agar mereka dapat berkembang dengan baik serta membina mereka agar mempunyai pegangan hidup, keterampilan dan mampu menjadi manusia yang mandiri tidak selalu bergantung pada belas kasihan orang lain. Panti asuhan yang dimaksud adalah Panti Asuhan Tiara Putri yang berlokasi di Perumahan Griya Korpri Blok D 8 No. 18 Kelurahan Korpri Kecamatan Sukarame Bandar

---

<sup>12</sup> Departemen Sosial RI (2004: 4)



Lampung dan didirikan oleh sepasang suami istri yaitu Bapak Eri Wanda dan Ibu Septi Aidarmi.<sup>13</sup>

Dari uraian-uraian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa judul skripsi ini adalah studi untuk mengetahui proses komunikasi dakwah yang dilakukan para pengasuh panti asuhan Tiara Putri dalam meningkatkan kreativitas anak guna memiliki kemampuan untuk menciptakan dan menemukan sesuatu hal yang baru dan berbeda dari sebelumnya, biasanya berbentuk ide, langkah, barang atau produk diantaranya seperti membuat kaligrafi, membuat pot, melukis, mural (melukis dinding) dengan tema islami serta mendorong mereka untuk memiliki sifat kreatif, berani, dan percaya diri.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun yang menjadi alasan untuk memilih judul ini ialah:

1. Komunikasi dakwah merupakan sesuatu yang penting dalam kehidupan karena komunikasi dapat meningkatkan kreativitas anak.
2. Meningkatkan kreativitas anak-anak merupakan salah satu tujuan Panti Asuhan Tiara Putri Bandar Lampung. Dan seharusnya anak-anak juga diwajibkan untuk memiliki kreativitas.
3. Sumber-sumber data mudah untuk didapatkan karna tempat penelitian yang mudah untuk dikunjungi dan narasumber yang mudah untuk ditemui.

---

<sup>13</sup> Septi Aidarmi, wawancara dengan narasumber, Panti Asuhan Tiara Putri, Bandar Lampung, 16 Februari 2020.

### C. Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah kebutuhan dalam kehidupan yang isinya terdapat unsur bahasa, gerak tubuh, dan ekspresi dalam menyampaikan pemikiran yang disebut sebagai pesan. Dengan mengutarakan sebuah pesan maka terjadi suatu aktifitas antara komunikator yakni diri sendiri dengan komunikan yaitu orang lain yang disebut dengan aktifitas makhluk sosial yang sifatnya dasariah, sehingga pada akhirnya komunikasi menjadi sebuah kebutuhan permanen manusia yang membentuk keberlangsungan kehidupan makhluk sosial.<sup>14</sup>

Pada umumnya komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi melakukan sesuatu hubungan, karena manusia adalah makhluk sosial tidak dapat hidup sendiri-sendiri melainkan satu sama lain saling membutuhkan. Hubungan individu yang satu dengan yang lainnya dapat dilakukan dengan berkomunikasi. Dengan komunikasi, mencoba pula manusia melaksanakan kewajiban.<sup>15</sup>

Dakwah secara etimologis berasal dari kata bahasa arab *da'i-yad'u-da'watan* yang artinya seruan, ajakan, atau panggilan. Jadi seseorang yang melakukan seruan dan ajakan untuk menuju jalan allah dikenal dengan panggilan da'i. Tetapi mengingat bahwa proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu, maka dikenal pula istilah mubaligh yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator

---

<sup>14</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), cet ke-21, h. 9.

<sup>15</sup>Tasmora Toto, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gama Media Pratam, 1997), hlm.6

untuk menyampaikan pesan (*message*) komunikasi dakwah kepada pihak komunikan.<sup>16</sup>

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung.<sup>17</sup>

Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat sesuatu yang baru, apakah itu dalam bentuk ide, langkah, atau produk. Seseorang yang kreatif akan bisa memutar otaknya untuk menemukan hal-hal yang baru untuk dijadikan sesuatu yang berbeda dari sebelumnya dengan berbagai cara dan inovasi yang ditemukannya.

Kreativitas anak merupakan kemampuan seorang anak dalam menciptakan suatu hal yang baru, biasanya berbentuk ide, gagasan, produk atau barang. Dengan kreativitas yang dimiliki, anak-anak akan mampu memecahkan masalah yang sedang mereka hadapi dan berani mengambil tindakan apapun.

Melalui komunikasi dakwah ini, diharapkan agar anak-anak bisa lebih meningkatkan kreativitas mereka dalam bidang apapun, baik bidang agama maupun umum. Dan sudah seharusnya juga anak-anak diwajibkan untuk mengembangkan serta meningkatkan kreativitas mereka, Allah berfirman dalam surat An-Nahl ayat 78:

---

<sup>16</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Cetakan kedua, (Jakarta: CV. Gaya Media Pratama, 1997), h. 31.

<sup>17</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 26.

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُم مِّن بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ  
السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

Artinya: “Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur.” (QS. An-Nahl [16]: 78).<sup>18</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT menciptakan seorang anak berawal dari keadaan tidak mengetahui apapun, kemudian Allah memberikan pendengaran dan penglihatan agar bisa selalu bersyukur dan memanfaatkannya untuk hal baik. Ayat diatas dapat dijadikan dasar hukum Islam dalam mengembangkan kreativitas manusia khususnya kreativitas seorang anak. Mereka diberikan indera pendengaran dan indera penglihatan sebagai media mereka untuk belajar dan mencari ilmu. Dengan membaca buku serta mendengarkan nasihat-nasihat dari orang tua, wali, maupun gurunya, anak-anak diharapkan mampu untuk terus belajar, mengembangkan sikap kreatif, antusias untuk bereksplorasi, bereksperimen, berimajinasi, serta berani mencoba dan mengambil resiko.

Panti asuhan adalah wadah untuk membantu meningkatkan kesejahteraan anak dengan cara membina, mendidik, membimbing, megarahkan, memberikan kasih sayang sehingga mempunyai potensi dan kualitas baik minat, bakat, maupun keterampilan, *life skill* yang diberikan.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Diponegoro, 2006)

<sup>19</sup> Agung Dwi Arianto, “Hubungan Antara Pembinaan Dengan Sikap Mental Entrepreneurship Bagi Warga Panti Asuhan Muhammadiyah Kabupaten Lumajang Tahun 2012”. (Skripsi Program Sarjana Ilmu Pendidikan Universitas Jember, Jawa Timur, 2012), h.2.

Pada umumnya kita ketahui, bahwa panti asuhan hanya untuk anak-anak yatim piatu saja. Namun nyatanya panti asuhan didirikan dengan tujuan untuk mendidik anak yatim piatu dan anak yang terlantar agar mereka dapat berkembang dengan baik serta membina mereka agar mempunyai pegangan hidup, keterampilan dan mampu menjadi manusia yang mandiri tidak selalu bergantung pada belas kasihan orang lain dan mencetak mereka menjadi manusia yang selalu beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT, serta menjadi anak yang shalih dan shalihah.<sup>20</sup>

Panti Asuhan Tiara Putri yang berlokasi di Perumahan Griya Korpri Blok D 8 No. 18 Kelurahan Korpri Kecamatan Sukarame Bandar Lampung merupakan tempat untuk anak yatim piatu dan anak terlantar yang orang tuanya kurang mampu dalam merawat anak tersebut, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Di Panti Asuhan ini anak-anak dibina, diajarkan, dan dididik untuk menjadi anak yang berguna untuk masa depan serta mempunyai pegangan ilmu dan keterampilan.

Anak-anak di panti asuhan Tiara Putri merupakan anak-anak yang kreatif, namun tidak sedikit juga yang belum terlihat mempunyai keterampilan dan kreativitas, mereka yang tidak memiliki kreativitas biasanya masih terpaku dengan kegiatan bermain dan tidak sedikit dari mereka yang hanya bermalas-malasan.

Semua anak sebenarnya memiliki peluang untuk mempunyai bakat dan keterampilannya sendiri asalkan mereka mau belajar dan menggali kreativitasnya.

---

<sup>20</sup> Sabilla Rosyidi, *“Internalisasi Nilai-Nilai Agama Islam Melalui Metode Pembiasaan Dalam Pembinaan Mental Anak di Panti Asuhan Muhammadiyah Wates Kulon Progo”*, (Skripsi Program Sarjana Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013), h.1.

Maka dari itu untuk mengasah dan menggali kreativitas anak-anak, biasanya diadakan kegiatan-kegiatan yang bersifat edukatif dan menghibur, kegiatan-kegiatan tersebut diadakan oleh para pengasuh panti asuhan dan komunitas-komunitas sosial yang memang bergerak dibidang pendidikan untuk anak khususnya anak panti asuhan, dan kegiatan-kegiatan ini biasanya dilakukan 2 minggu sekali atau sebulan sekali.

Mendaur ulang barang yang sudah tidak terpakai, membuat kaligrafi, membuat pot, melukis, mural (melukis dinding) dengan tema islami, merupakan beberapa kegiatan yang dilakukan oleh anak-anak di Panti Asuhan Tiara Putri ini guna meningkatkan kreativitas mereka.

Anak-anak juga biasanya diberikan nasihat-nasihat kebaikan yang bersumber dari ajaran agama Islam untuk mempengaruhi pola pikir mereka sehingga dapat menjadi pribadi yang lebih baik lagi dan diharapkan juga dapat menumbuhkan serta meningkatkan jiwa kreativitas mereka dalam bidang agama maupun umum.

Maka dari itu penulis mengambil judul ini guna membahas bagaimana proses komunikasi dakwah dalam meningkatkan kreativitas anak di Panti Asuhan Tiara Putri dalam meningkatkan kemampuan untuk menciptakan dan menemukan sesuatu hal yang baru dan berbeda dari sebelumnya melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan di Panti Asuhan.

#### **D. Rumusan Masalah**

Bagaimana Komunikasi Dakwah dalam Peningkatan Kreativitas pada Anak di Panti Asuhan Tiara Putri Bandar Lampung?

### **E. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Komunikasi Dakwah dalam Peningkatan Kreativitas pada Anak di Panti Asuhan Tiara Putri Bandar Lampung.

### **F. Manfaat Penelitian**

#### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai literatur ilmiah dalam bidang ilmu komunikasi dan ilmu dakwah, terutama tentang komunikasi dakwah dalam meningkatkan kreativitas anak.

#### **2. Secara Praktis**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan masukan kepada orang-orang khususnya para pengasuh panti asuhan agar dapat lebih baik lagi dalam mendidik anak sehingga dapat menjadi anak yang mempunyai kreativitas yang tinggi dan berguna untuk masa depan.

### **G. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif (*Qualitative Research*). Metode penelitian kualitatif (*Qualitative Research*) adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan

menganalisis fenomena, peristiwa, aktifitas social, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok<sup>21</sup>

## 1. Jenis dan sifat penelitian

### a. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dan mendalam dengan mengangkat data-data yang ada di lapangan. Sehingga dalam pelaksanaan penelitian ini mengharuskan peneliti untuk terjun langsung ke lapangan guna mencari data dan fakta yang terjadi secara langsung.<sup>22</sup>

Berdasarkan jenis penelitian yang dipilih, maka data-data dalam penelitian ini akan dihimpun berdasarkan hasil observasi dan interview secara langsung. Adapun data-data yang digali dari lapangan dalam penelitian ini adalah data tentang komunikasi dakwah dalam peningkatan kreativitas.

### b. Sifat penelitian

Penelitian bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang semata-mata melukiskan keadaan suatu objek tertentu atau peristiwa tertentu. Sedangkan menurut Koentjaraningrat adalah penelitian yang bersifat deskriptif, bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan frekuensi

---

<sup>21</sup> Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung; Remaja Rosdakarya, 2007), h. 60.

<sup>22</sup> Cholid Narbuko dan H. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), h. 41.



atau penyebaran suatu gejala lain dalam masyarakat.<sup>23</sup> Jika terdapat angka-angka, maka sifatnya hanya sebagai penunjang. Dengan kata lain deskriptif yaitu penelitian hanya semata-mata melukiskan suatu objek tertentu menurut apa adanya.<sup>24</sup>

Sehingga penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah mendeskripsikan atau menggambarkan bagaimana keadaan di Panti Asuhan dan kegiatan apa saja yang dilakukan oleh anak untuk dapat mengembangkan kreativitas mereka.

## 2. Populasi dan sampel

### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengasuh dan anak-anak di Panti Asuhan Tiara Putri Bandar Lampung.

Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 33 orang.

1. 3 orang pengasuh panti.
2. 30 anak orang anak yatim piatu dan kurang mampu.

---

<sup>23</sup>Sudarman Damin, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2002) Cet ke-1, h.51.

<sup>24</sup>Koentjaraningrat, *Model-model Penelitian Masyarakat* (Jakarta: PT Gramedia, 1983), h.292.

<sup>25</sup>H. Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h.336.

## b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Umumnya populasi tersebut jumlahnya besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>26</sup>

Adapun teknik pengambilan sampel yang penulis gunakan yaitu *non random sampling* (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* ialah yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam sampelnya, atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu.<sup>27</sup> Jadi, dalam penelitian ini tidak semua individu dalam populasi diberi peluang yang sama menjadi anggota sampel.

Pada penelitian ini teknik *purposive sampling* hanya digunakan untuk anak-anak Panti Asuhan Tiara Putri. Berdasarkan penjelasan di atas, maka kriteria populasi untuk anak-anak panti yang dijadikan sampel penelitian penulis adalah sebagai berikut:

1. Anak-anak panti yang berusia 6-12 tahun.

---

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 337

<sup>27</sup> Atwar Bajari, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 95.

2. Anak-anak panti yang aktif.
3. Anak-anak panti yang sudah tinggal cukup lama (1-2 tahun) di Panti Asuhan Tiara Putri.

Berdasarkan kriteria diatas, maka yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel oleh penulis adalah 2 orang pengasuh dan 4 orang anak Panti Asuhan Tiara Putri Bandar Lampung.

### 3. Metode Pengumpulan Data

#### a. Metode Wawancara

Metode Wawancara adalah proses tanya jawab secara lisan antara duaorang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik, yang satu dapat melihat ataupun menatap muka lainnya dan mendengarkan dengan telinga masingmasing.<sup>28</sup>

Dalam pelaksanaannya jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara bebas terpimpin yaitu pewawancara membawa kerangka pertanyaan-pertanyaan (*framework of question*) untuk disajikan, tetapi cara bagaimana pertanyaan-pertanyaan itu diajukan (*Timming*) dan irama wawancara diserahkan kepada pewawancara.<sup>29</sup>

Metode ini merupakan metode pokok yang dapat membantu penulis untuk mendapatkan data tentang kegiatan panti asuhan yang dibutuhkan. Metode ini ditujukan untuk pengasuh serta anak-anak dengan tujuan

---

<sup>28</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta cetakan ke 25: februari 2017), h. 192.

<sup>29</sup>*Ibid*, h. 207.

ditemukannya data tentang komunikasi dakwah dalam peningkatan kreativitas anak di Panti Asuhan Tiara Putri Bandar Lampung.

#### b. Metode Observasi

Sutrisno Hadi yang dikutip oleh Sugiono menyatakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>30</sup> Jenis observasi yang digunakan adalah *Non Participant Observation* dalam hal ini peneliti bertindak sebagai observer murni tidak ikut bagian dalam kehidupan objek yang diteliti.<sup>31</sup>

Maksud peneliti menggunakan metode observasi adalah untuk melihat langsung kegiatan di panti asuhan dalam upaya mendapatkan data tentang komunikasi dakwah dalam peningkatan kreativitas anak di Panti Asuhan Tiara Putri Bandar Lampung.

#### c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat, majalah, prasasti, foto, agenda dan sebagainya.<sup>32</sup>

Metode ini penulis gunakan untuk mencari data-data tambahan yang terdokumentasi, baik yang berada dalam buku-buku, gambar-gambar, dan

---

<sup>30</sup>*Ibid*, h. 300.

<sup>31</sup>*Ibid*, h. 98-99.

<sup>32</sup>Atwar Bajari, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h.106.

lain sebagainya. Terdapat foto-foto, video, catatan agenda kegiatan, dan hasil kreativitas anak-anak di Panti Asuhan Tiara Putri ini. Metode ini merupakan metode pembantu dalam rangka mengagendakan serta menelaah data-data yang diperlukan khususnya yang berkaitan dengan komunikasi dakwah dalam meningkatkan kreativitas anak di panti asuhan.

#### 4. Analisis Data

Analisis data merupakan metode atau cara untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif dalam mengukur variable-variabel.<sup>33</sup>

Sebelum sampai pada tahap analisa data, penulis memproses data yang telah dikumpulkan, setelah itu penulis menganalisa dan mengimpretasikannya. Pengumpulan data tersebut diproses dengan pengolahan data dengan jalan mengelompokkannya sesuai dengan bidang pokok bahan masing-masing. Setelah bahan dikelompokkan selanjutnya disusun, sehingga pembahasan yang dikaji dapat disusun secara sistematis untuk selanjutnya digunakan dalam proses analisis data. Analisis dalam penelitian ini bersifat deskriptif. Analisis deskriptif pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua cara, yaitu analisis induktif dan analisis deduktif.<sup>34</sup>

Setelah semua data terkumpul melalui pengumpulan data, maka tahap selanjutnya adalah menganalisa data-data tersebut. Dalam menganalisa data, penulisan menggunakan metode analisa kualitatif artinya penelitian ini dapat

---

<sup>33</sup> *Ibid*, h, 108.

<sup>34</sup> Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000),h. 24.

menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu dan perilaku yang dapat diamati.<sup>35</sup>

Penulis menggunakan analisa data kualitatif karena penelitian yang penulis bahas sifatnya deskriptif, yaitu bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>De Lexi j, Meoloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h.3.

<sup>36</sup>Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja RosdaKarya, 2011), h. 35.

## H. Tinjauan Pustaka

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan tolak ukur dan dilakukan kajian sebelumnya agar menghindari plagiarisme, dimana sama-sama berkaitan mengenai komunikasi dakwah dalam membentuk santri yang berkarakter yaitu sebagai berikut:

1. “Komunikasi Dakwah Orang Tua dalam Mencegah Kenakalan Remaja (Studi di Desa Banjar Negeri Kecamatan Gunung Alip Kabupaten Taggamus)”. Judul skripsi diteliti oleh Zeniyus Tri Guntara (1541010206) jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intam Lampung tahun 2019. Skripsi ini membahas tentang penyebab kenakalan remaja dan cara mencegah kenakalan remaja melalui komunikasi orang tua terhadap anaknya dan mengetahui bagaimana pentingnya pengaruh komunikasi dakwah yang dilakukan orang tua terhadap anaknya dalam masalah kenakalan remaja.<sup>37</sup>
2. “Pendekatan Psikolog Komunikasi Dakwah dalam Membina Akhlak Remaja (Studi Rohis SMAN 8 Bandar Lampung)”. Judul skripsi ini diteliti oleh Fitri Susanti (1341010139) jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intam Lampung tahun 2017. Skripsi ini membahas tentang cara atau langkah yang dilakukan oleh da’i untuk memperbaiki akhlak melalui kegiatan yang dilakukan secara berkesinambungan di organisasi rohis guna menyampaikan pesan-pesan

---

<sup>37</sup> Zeniyus Tri Guntara, *Komunikasi Dakwah Orang Tua dalam Mencegah Kenakalan Remaja (Studi di Desa Banjar Negeri Kecamatan Gunung Alip Kabupaten Taggamus)*, Uin Raden Intan Lampung, Skripsi, 2019.

atau nilai-nilai agama dengan memperhatikan aspek komunikasi yang dilakukan dan dengan memperhatikan kondisi kejiwaan remaja dalam upaya pembinaan akhlak yang bertujuan untuk merubah dan memperbaiki akhlak remaja.<sup>38</sup>

3. “Strategi Komunikasi Dakwah Kepada Muallaf di Masjid Al-Hassanah Ddi Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan”. Judul skripsi ini diteliti oleh Topan Samboja (1541010193) jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intam Lampung tahun 2019. Skripsi ini membahas tentang langkah-langkah yang dilakukan oleh Da’i kepada mad’u, untuk meningkatkan pemahaman pesan keagamaan dan memotivasi pengalaman ajaran agama Islam kepada para muallaf.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Fitri Susanti, *Pendekatan Psikolog Komunikasi Dakwah dalam Membina Akhlak Remaja (Studi Rohis SMAN 8 Bandar Lampung)*, Uin Raden Intan Lampung, Skripsi, 2017.

<sup>39</sup> Topan Samboja, *Strategi Komunikasi Dakwah Kepada Muallaf di Masjid Al-Hassanah Ddi Desa Marga Lestari Kecamatan Jati Agung Lampung Selatan*, Uin Raden Intan Lampung, Skripsi, 2019.



## **BAB II**

### **KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENINGKATAN KREATIVITAS**

#### **A. Komunikasi Dakwah**

##### **1. Pengertian Komunikasi Dakwah**

Komunikasi Dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun non-verbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media.

Secara umum, komunikasi dakwah adalah suatu penyampaian pesan dakwah yang secara sengaja dilakukan oleh komunikator (dai) kepada komunikan (mad'u) dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu.<sup>1</sup>

Komunikasi Dakwah merupakan upaya menyebarluaskan informasi keIslaman dan mengajak manusia ke jalan Allah dengan mengenalkan Al-Qur'an dan mengamalkannya dengan menggunakan simbol-simbol melalui media massa atau bauran dan bersifat mengingatkan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 26

<sup>2</sup> Bambang S. Ma'arif, *Psikologi Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Rosdakarya, 2015), h.

## 2. Unsur-unsur Komunikasi Dakwah

Komunikasi Dakwah melibatkan beberapa unsur yang bekerja secara sistematis dalam waktu hampir bersamaan, yaitu sebagai berikut:

### a. Komunikator

Komunikator diartikan sebagai individu atau kelompok yang mengambil prakarsa ataupun yang sedang mengadakan komunikasi dengan individu dan atau kelompok (sasaran) yang lain sebagai penyaring, komunikator menentukan pesan yang dapat atau perlu disampaikan dengan memperhatikan kebijakan redaksi. Sedangkan sebagai perumus pesan, komunikator menentukan penggunaan kata, istilah, gaya bahasa, dan gambar diatur sedemikian rupa sehingga dapat dicerna dengan enak dan mudah dimengerti oleh komunikan sasarnya.<sup>3</sup>

Kredibilitas komunikator berkaitan dengan karakter komunikator. Kredibilitas adalah seperangkat persepsi komunikan tentang sifat komunikator. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator dalam hubungan dengan topik yang dibicarakan. Sementara kepercayaan adalah kesan komunikan tentang komunikator berkaitan dengan wataknya apakah komunikator dinilai jujur, tulus, bermoral, adil, sopan dan etis. Komponen kredibilitas komunikator meliputi:

- 1) Dinamis yaitu komunikator dipandang komunikan sebagai seorang yang bergairah, semangat, aktif, tegas dan berani.

---

<sup>3</sup> Astrid S Susanto, *Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Bina Cipta, 2000), h. 26

- 2) Sosiabilitas komunikator dipandang komunikan sebagai seorang periang dan senang bergaul.
- 3) Koorientasi yaitu kesan komunikan tentang komunikator sebagai seorang mewakili kelompok komunikan yang disenanginya.
- 4) Karisma yaitu digunakan untuk menunjukkan suatu sifat luar biasa yang tidak dapat dijelaskan secara ilmiah.<sup>4</sup>

#### **b. Pesan**

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, dan nasihat.<sup>5</sup>

Pesan merupakan simbol bermakna yang digunakan oleh komunikator untuk mengungkapkan maksudnya agar dapat dimengerti oleh komunikan sasarannya. Simbol-simbol yang dipergunakan itu mempunyai arti atau batasan makna yang sedikit banyak bersifat baku dan dimiliki oleh kedua belah pihak. Ada empat syarat agar pesan dapat diterima dan menimbulkan respon komunikan serta mencapai tujuan komunikasi komunikator yaitu:

- a) Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.

---

<sup>4</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), h. 31-32.

<sup>5</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h.24.

- b) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang didasarkan dari pengalaman yang sama-sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua mengerti dan bertemu.
- c) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai tujuan.
- d) Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak dari situasi kelompok masyarakat di mana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberi jawaban yang dikehendaki.<sup>6</sup>

Dalam buku Ilmu Dakwah secara umum pesan atau materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi masalah pokok yaitu:

#### 1. Pesan Akidah

- a) Iman kepada Allah Swt.
- b) Iman kepada Malaikat-Nya.
- c) Iman kepada Kitab-kitab-Nya.
- d) Iman kepada Rasul-rasul-Nya.
- e) Iman kepada Hari Akhir.
- f) Iman kepada Qadha-Qadhar.

#### 2. Pesan Syariah

- a) Ibadah: thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji.
- b) Muamalah:

---

<sup>6</sup> Jalaluddin Rakhmat, Op. Cit, h. 31-32

-Hukum Perdata meliputi: Hukum Niaga, Hukum Nikah dan Hukum Waris.

-Hukum Publik meliputi: Hukum Pidana, Hukum Neg, Hukum Perang dan Damai.<sup>7</sup>

### 3. Pesan Akhlak

a) Akhlak terhadap Allah Swt.

b) Akhlak terhadap manusia yang meliputi:

- Akhlak terhadap manusia: diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya.
- Akhlak Akhlak terhadap bukan manusia: flora, fauna dan sebagainya.<sup>8</sup>

### c. Media

Media adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dapat dibedakan dua macam, yakni media cetak dan elektronik. Media cetak yaitu surat kabar, majalah, dan lain-lain. Sementara itu, media elektronik antara lain: radio, film, televisi dan lain-lain.<sup>9</sup>

Media pada hakekatnya adalah segala yang merupakan alat dengan mana orang-orang menyatakan pesan ke sasarannya. Media komunikasi terbagi menjadi tiga kelompok yaitu:

---

<sup>7</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya,2010), h. 8.

<sup>8</sup> Ibid, h. 8.

<sup>9</sup> Hafied Cangara, Op. Cit, h.24

- 1) Yang berbentuk ucapan (*the spoken word*) yaitu termasuk bentuk bunyi dan karenanya hanya didengar oleh telinga contoh gendang, sirine, telepon dan radio
- 2) Yang berbentuk tulisan (*the printed writing*) termasuk didalamnya barang-barang cetakan seperti buku, pamflet, surat kabar, brosur, majalah dan lain-lain
- 3) Yang berbentuk audio visual (*the audio visual*) yaitu dapat ditangkap oleh mata dan telinga termasuk di dalamnya film, televisi bahkan kemajuan teknologi informasi saat ini masyarakat dapat melihat dan mendengar berbagai peristiwa di berbagai belahan dunia melalui internet.<sup>10</sup>

#### **d. Komunikan**

Komunikan disebut juga penerima berita/atau informasi adalah objek dari kegiatan komunikasi. Mengingat komunikasi adalah interaksi antara komunikator dengan komunikan, menjadi satuan yang terpisah dan mengadakan kegiatan terpisah.<sup>11</sup> Komunikan atau penerima merupakan suatu elemen terpenting dalam proses komunikasi jika pesan tidak diterima maka akan menimbulkan masalah.<sup>12</sup>

#### **e. Efek**

Efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh komunikan sebelum dan sesudah menerima pesan. Oleh karena

---

<sup>10</sup> Jalaluddin Rakhmat, Op. Cit, h. 35.

<sup>11</sup> *Ibid*, h. 36.

<sup>12</sup> Hafied Cangara, Op. Cit, h.26.

itu, efek bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap, dan tindakan seseorang sebagai akibat penerima pesan.<sup>13</sup>

Efek komunikasi adalah akibat yang terjadi setelah proses komunikasi selesai dilaksanakan. Efek komunikasi dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) Efek Kognitif, adalah berkaitan dengan pikiran, nalar atau rasio, misalnya komunikan yang semula tidak mengerti menjadi mengerti.
- 2) Efek Afektif adalah efek yang berkaitan dengan perasaan, misalnya komunikan yang semula merasa tidak senang menjadi senang, sedih menjadi gembira.
- 3) Efek Konatif, adalah yang berkaitan dengan timbulnya keyakinan dalam diri komunikan untuk melakukan sesuatu sesuai dengan yang dikehendaki oleh komunikator berdasarkan pesan atau *message* yang ditransmisikan. Sikap dan perilaku setelah proses komunikasi juga tercermin dalam efek konatif.<sup>14</sup>

### 3. Sumber Komunikasi Dakwah

Sumber materi komunikasi dakwah yaitu pesan-pesan yang ada dalam materi komunikasi tersebut dari Al-Qur'an dan Hadist. Dengan sendirinya komunikasi Islam (Islami) terikat pada pesan khusus, yakni dakwah, karena Al-Qur'an adalah petunjuk bagi seisi alam dan juga merupakan (memuat) peringatan, peringatan bagi manusia yang beriman dan berbuat baik pesan-pesan dakwah adalah semua pernyataan yang bersumber dari Al-Qur'an dan

---

<sup>13</sup> *Ibid*, h. 27.

<sup>14</sup> Onong Uchyana Effendy, Op. Cit, h. 13

Hadist baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah). Oleh karena itu materi dakwah tidak terlepas dari Al-Qur'an dan Hadist, bila tidak bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist maka seluruh materi dakwah akan sia-sia bahkan dilarang oleh ajaran syariat agama Islam. Adapun sumber-sumber materi tersebut adalah sebagai berikut:

a) Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah wahyu dari Allah SWT yang diturunkan melalui malaikat Jibril kepada Nabi Muhammad SAW dan disampaikan atau diajarkan kepada manusia yang juga merupakan pedoman hidup bagi umat manusia diseluruh dunia. Jadi sumber materi komunikasi dakwah yang paling utama adalah Al-Qur'an dan Hadist, karena semua ajaran-ajaran ilmu tasawuf dan aspek kehidupan manusia telah diakui kebenaran dan keabsahanya untuk dilaksanakan, karena merupakan pesan kebenaran berdasarkan firman Allah SWT.

b) Al-Hadist

Al-Hadist adalah segala perkataan (Sabda), perbuatan dan persetujuan dari Nabi Muhammad SAW yang dijadikan ketetapan ataupun hukum dalam agama Islam. Dalam hal ini hadist merupakan sumber kedua setelah Al-Qur'an, karena isinya mencakup dari isi Al-Qur'an yang masih membutuhkan penjelasan yang lebih konkrit, yang disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW agar umat Islam dapat mudah memahami dan mengamalkannya.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Ansyari, *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), h. 35.



#### 4. Metode-Metode Komunikasi Dakwah

Metode-metode komunikasi dakwah sudah dijelaskan di dalam Al-Qur'an yaitu Surat An-Nahl Ayat 125, Allah SWT berfirman:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ  
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ



Artinya: “Serulah manusia kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan jalan yang baik sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. (Qs. An-Nahl [16]: 125).<sup>16</sup>

Pada ayat tersebut terdapat metode dakwah yang akurat. Kerangka dasar tentang metode dakwah yang terdapat pada ayat diatas adalah *Bil-Hikmah*, *Mau'izhah Hasanah*, dan *Mujadalah*.

##### a. *Bil-Hikmah*

Kata hikmah sering kali diterjemahkan dalam pengertian bijaksana, yaitu pendekatan sedemikianrupa sehingga pihak objek dakwah mampu

<sup>16</sup> Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Diponegoro, 2006).

melaksanakan apa yang didakwahkan atas kemauannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, konflik, maupun rasa tertekan.<sup>17</sup>

Menurut Syaikh Nawawi Al-Bantani dalam Tafsir Al-Munir bahwa Al-Hikmah adalah *Al-Hujjah Al-Qath'iyah Al-Mufidah li Al-'Aqaid Al-Yaqiniyyah* artinya Hikmah adalah dalil-dalil (argumentasi) yang qath'i dan berfaedah bagi kaidah-kaidah keyakinan.<sup>18</sup>

Menurut Sa'id Bin Ali Bin Wakif Al-Qahthani, bahwa Al-Hikmah mempunyai arti sebagai berikut:

- 1) Secara Bahasa yaitu adil, ilmu, sabar, memperbaiki, pengetahuan.
- 2) Secara Istilah yaitu valid, mengetahui yang benar dan mengamalkannya, meletakkan sesuatu pada tempatnya, menjawab dengan tegas dan tepat.<sup>19</sup>

*b. Mau'izhah Hasanah*

Mau'izhah Hasanah atau nasihat yang baik merupakan memberikan nasihat kepada orang lain dengan cara yang baik, yaitu petunjuk-petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima, berkenan di hati, menyentuh perasaan, lurus dipikiran, menghindari sikap kasar, dan tidak mencari atau menyebut kesalahan audiens sehingga pihak objek

---

98. <sup>17</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: ParagonatamaJaya,2013), Cet. Ke-2, h.

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 98.

<sup>19</sup> *Ibid*, h. 99.

dakwah dengan rela hati atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh subjek dakwah.<sup>20</sup>

*c. Mujadalah*

Mujadalah merupakan cara terakhir yang digunakan untuk berdakwah manakala dua cara terakhir yang digunakan untuk orang-orang yang taraf berfikirnya cukup maju dan kritis seperti ahli kitab yang memang telah memiliki bekal keagamaan dari para utusan sebelumnya.<sup>21</sup>

Apabila ditinjau dari sudut pandang yang lain, metode komunikasi dakwah dapat dilakukan pada berbagai metode yang lazim dilakukan dalam pelaksanaan dakwah. Metode tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

a) Metode Ceramah

Dzikron Abdullah dalam buku *Metodologi Dakwah* mendefinisikan metode ceramah adalah sebagai metode yang dilakukan dengan maksud untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, dan penjelasan tentang sesuatu kepada pendengar dengan menggunakan lisan.<sup>22</sup>

b) Metode Tanya Jawab

Metode tanya jawab sebagai salah satu metode yang cukup dipandang efektif apabila ditempatkan dalam usaha dakwah, karena objek dakwah dapat mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang belum

---

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 99-100.

<sup>21</sup> *Ibid*, h. 100.

<sup>22</sup> *Ibid*, h. 101.

dikuasai oleh mad'u sehingga akan terjadi hubungan timbal balik antara subjek dakwah dengan objek dakwah.<sup>23</sup>

c) Metode Diskusi

A Kadir Munsyi dalam bukunya yang berjudul *Metode Diskusi dalam Dakwah* menjelaskan bahwa diskusi sering dimaksudkan sebagai pertukaran pikiran (gagasan, pendapat dan sebagainya) antara sejumlah orang secara lisan membahas suatu masalah tertentu yang dilaksanakan dengan teratur dan bertujuan untuk memperoleh kebenaran.<sup>24</sup>

d) Metode Propaganda (*Di'ayah*)

Metode ini dapat digunakan sebagai salah satu metode dakwah karena dapat untuk menarik perhatian dan simpatik masyarakat. Pelaksanaan dakwah dengan metode propaganda dapat digunakan melalui berbagai macam media, baik auditif, visual maupun audio visual. Usaha tersebut dalam rangka menggerakkan emosi orang agar mereka mencintai, memeluk, membela dan memperjuangkan agama Islam dalam masyarakat.<sup>25</sup>

e) Metode Keteladanan

Menurut Dzikron Abdullah dalam bukunya *Metodologi Dakwah* mendefinisikan dakwah dengan menggunakan metode keteladanan atau demonstrasi berarti suatu cara menyajikan dakwah dengan

---

<sup>23</sup> *Ibid*, h. 102.

<sup>24</sup> *Ibid*, h. 102.

<sup>25</sup> *Ibid*, h. 103.

memberikan keteladanan langsung sehingga mad'u akan tertarik untuk mengikuti kepada apa yang dicontohkannya.<sup>26</sup>

f) Metode Drama

Dakwah dengan menggunakan metode drama dapat dipentaskan untuk menggambarkan kehidupan sosial menurut tuntunan Islam dalam suatu lakon dengan bentuk pertunjukan yang bersifat hiburan.<sup>27</sup> Sekarang sudah banyak dilakukan dakwah dengan metode drama melalui media film, radio, televisi, teater dan lain-lain.

g) Metode Silaturahmi

Dakwah dengan menggunakan metode home visit dapat dilakukan dengan berkunjung ke rumah mad'u atau melalui silaturahmi, menengok orang sakit, ta'ziah, dan lain-lain. Dengan cara seperti ini, manfaatnya cukup besar dalam rangka mencapai tujuan dakwah karena terjun langsung ke kediaman mad'u sehingga da'i dapat memahami dan membantu meringankan beban moral mad'u.<sup>28</sup>

## 5. Fungsi Komunikasi Dakwah

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu.<sup>29</sup> Reformasi informasi adalah ancaman bagi struktur kekuasaan dunia. Artinya, siapa yang menguasai informasi bukan tidak

---

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 103.

<sup>27</sup> *Ibid*, h. 104.

<sup>28</sup> *Ibid*, h. 105.

<sup>29</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Rosda Karya: Bandung, 2010), h. 33.

mungkin ia menguasai dunia dengan pengaruh yang dapat ditimbulkannya melalui proses komunikasi. Jika kita tidak mengikuti arah perubahan, kita akan semakin tenggelam hingga tak mampu lagi menahan pengaruh dari luar.

Fungsi komunikasi akan terus berkembang selama ilmu komunikasi itu ada. Secara lebih spesifik, seiring dengan perkembangan ilmu komunikasi, fungsi komunikasi juga mengalami dinamika. Ketika retorika mengalami kejayaan pada abad 5 SM, kaum sofis Yunani menggunakan pidato untuk mempengaruhi khalayak dan mendapatkan simpati mereka. Perlu diingat, saat itu sistem politik mereka adalah demokrasi langsung. Kepandaian pemimpin dalam berpidato dapat mempengaruhi wibawa di mata rakyat. Fungsi komunikasi secara umum dan jika dikaitkan dengan media pada dasarnya adalah *to inform, to educate, to entertain, and, to influence*.<sup>30</sup>

## 6. Tujuan Komunikasi Dakwah

Tujuan komunikasi dakwah secara umum adalah untuk memberikan pemahaman tentang Islam kepada masyarakat sebagai sasaran dakwah dengan adanya pemahaman masyarakat tentang Islam maka masyarakat akan terhindar dari sikap dan perbuatan mungkar.<sup>31</sup>

Untuk mencapai tujuan komunikasi dakwah tersebut, maka langkah-langkah dan tindakan dakwah harus disusun secara bertahap dimana pada setiap tahapan ditetapkan dan dirumuskan pula target atau sasaran tertentu. Dan selanjutnya atas target atau sasaran inilah disusun program dakwah untuk

---

<sup>30</sup> *Ibid*, h. 34.

<sup>31</sup> Dzikron Abdullah, *Metodologi Dakwah*, (Semarang: Diktat Kuliah, 1988), h. 45

setiap tahapan yang ditentukan. Dengan jalan demikian maka tujuan dakwah dapat diusahakan pencapaiannya secara teratur dan tertib.<sup>32</sup>

Gordon I. Zimmerman membagi dan merumuskan tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar. *Pertama*, tujuan komunikasi adalah untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan manusia untuk memberi makan dan pakaian pada diri sendiri, memuaskan kepenasaran pada diri manusia akan lingkungan dan menikmati hidup. *Kedua*, tujuan komunikasi adalah menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Dengan demikian, memiliki fungsi isi, yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana kita dengan orang lain.

Sedangkan secara khusus, tujuan dakwah itu dapat dibedakan menjadi beberapa segi, yaitu sebagai berikut:

- 1) Dari segi mitra dakwah
  - a. *Tujuan perseorangan*, yaitu terbentuknya pribadi muslim dengan iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan hukum-hukum Allah SWT dan berakhlak karimah
  - b. *Tujuan untuk keluarga*, yaitu terbentuknya keluarga bahagia, penuh ketentraman dan cinta kasih antara anggota keluarga.
  - c. *Tujuan untuk masyarakat*, yaitu terbentuknya masyarakat sejahtera yang penuh dengan suasana keislaman.

---

<sup>32</sup> *Ibid*, h. 46.

- d. *Tujuan umat manusia di seluruh dunia*, yaitu terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian dan ketenangan dengan tegaknya keadilan, persamaan hak dan kewajiban, tidak adanya diskriminasi dan eksploitasi dan saling tolong menolong dan saling menghormati.
- 2) Dari segi pesan
- a. *Tujuan akidah*, yaitu tertanamnya akidah yang mantap di setiap hati manusia sehingga keyakinan tentang ajaran-ajaran Islam tidak lagi dicampuri dengan rasa keraguan.
  - b. *Tujuan hukum*, yaitu terbentuknya pribadi muslim yang luhur dengan sifat-sifat yang terpuji dan bersih dari sifat tercela.<sup>33</sup>

Dengan terpenuhinya persyaratan untuk terjadinya suatu komunikasi, seperti yang telah diungkapkan di atas, disimpulkan bahwa dakwah itu sendiri merupakan sebuah proses komunikasi. Dalam hal ini Jalaludin Rakhmat, mengungkapkan tujuan umum dakwah dalam konteks komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Memberitahukan (informatif). Ditunjukan untuk menambah pengetahuan pendengar. Komunikasi diharapkan memperoleh penjelasan, menaruh minat, dan memiliki pengertian tentang persoalan yang dibicarakan.
- b. Mempengaruhi (persuasif). Ditunjukan agar orang mempercayai sesuatu, melakukannya, atau terbakar semangat dan

---

<sup>33</sup> Ibid, h. 38-39.



antusiasmenya. Keyakinan, tindakan, dan semangat adalah bentuk reaksi yang diharapkan.

- c. Menghibur (rekreatif). Bahasa yang disampaikan enteng, segar, dan mudah dicerna. Diperlukan otak yang baik untuk membuat humor yang baik. Perhatian, kesenangan, dan humor adalah reaksi pendengar yang diharapkan disini.<sup>34</sup>

## **B. Kreativitas Anak**

### **1. Pengertian Kreativitas Anak**

Menurut Drevdal kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan komposisi, produk, atau gagasan apa saja yang pada dasarnya baru, dan sebelumnya tidak dikenal pembuatnya.<sup>35</sup> Menurut Haefele kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial. Defenisi Haefele pula menekankan bahwa suatu produk kreatif tidak hanya harus baru tetapi juga diakui sebagai bermakna.<sup>36</sup>

Sementara itu Supriadi mengungkapkan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada, dan merupakan kemampuan berfikir tingkat tinggi yang mengimplikasikan

---

<sup>34</sup> Wahyu Ilaihi, Op. Cit, h. 38-39.

<sup>35</sup> Elizabeth B. Hurlock, *Pekembangan Anak* (Jilid 2, Edisi keenam), (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 4.

<sup>36</sup> Utami Munandar, *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 21.

terjadinya eskalasi dalam kemampuan berfikir yang ditandai oleh sukses, diskontinuitas, diferensiasi, integrasi antara setiap tahap perkembangan.<sup>37</sup>

Anak merupakan bagian dari generasi muda sebagai salah satu sumber daya manusia yang merupakan potensi dan penerus cita-cita perjuangan bangsa yang memiliki peran strategis dan mempunyai ciri dan sifat khusus memerlukan pembinaan perlindungan dalam rangka menjamin pertumbuhan dan perkembangan fisik, mental, sosial secara utuh, serasi, selaras dan seimbang.<sup>38</sup>

Menurut Gordon dan Browne dalam Moeslihatoen mengatakan bahwa kreativitas anak merupakan kemampuan anak menciptakan gagasan baru yang asli dan imajinatif, dan juga kemampuan mengadaptasi gagasan baru dengan gagasan yang sudah dimiliki.<sup>39</sup>

Kreatifitas berkaitan dengan pribadi kreatif yang melibatkan diri dalam proses kreatif dan dukungan juga dorongan dari lingkungan penghasil produk kreatif. Menurut Utami Munandar ada 4 definisi kreativitas yaitu:

- a. *Definisi pribadi*, kreativitas diberikan dalam “*three facet model of creativity*” oleh Sternberg yang menyatakan bahwa titik pertemuan yang khas antara atribut psikologis: inteligensi, gaya kognitif, dan kepribadian atau motivasi. Ketiga segi alam fikiran ini bersama sama

---

<sup>37</sup> Yeni Rachmawati, *Strategi Pengembangan Kreativitas pada anak usia taman kanak-kanak*, (Jakarta : Kencana, 2010), h. 13.

<sup>38</sup> Kartini Katono, *Psikologi Anak* (Bandung: Alumni, 2006), cet. Kelima, h. 117.

<sup>39</sup> Moeslihatoen, *Metode Pengajaran di Taman Kanak-kanak*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2004), h. 19.

membantu memahami apa yang melatarbelakangi individu yang kreatif.

- b. *Definisi proses*, oleh Torrance yang menyatakan bahwa kreativitas pada dasarnya menyerupai langkah-langkah dalam metode ilmiah yaitu definisi yang meliputi seluruh proses kreatif dan ilmiah mulai dari menemukan masalah sampai dengan menyampaikan masalah.
- c. *Definisi produk*, oleh Barron yang menyatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang baru. Hal ini terfokus pada produk kreatif yang menekankan orisinalitas. Menurut Haefele kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial.
- d. *Definisi press*, dari ketiga definisi dan pendekatan terhadap kreativitas menekankan faktor “*press*” atau dorongan baik dorongan internal (diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif ) maupun dorongan eksternal dari lingkungan sosial psikologi.<sup>40</sup>

## 2. Ciri-Ciri Kreativitas Anak

Ciri-ciri kreativitas dapat dibedakan menjadi dua yaitu ciri kognitif dan ciri non-kognitif. Ciri kognitif terdiri dari orisinalitas, fleksibilitas, kelancaran dan elaborasi. Sedangkan ciri non-kognitif dari kreativitas meliputi motivasi,

---

<sup>40</sup> Agus Makmur, Jurnal “Efektifitas Menggunakan Metode Base Method dalam Meningkatkan Kreativitas dan Motivasi Belajar Matematika Siswa SMPN 10 Padang Simpuan” h. 3.

kepribadian, maupun non-kognitif merupakan salah satu potensi yang penting untuk di pupuk dan dikembangkan.

Pentingnya pengembangan kreativitas pada anak memiliki empat alasan yaitu:

- a) Dengan berkreasi, orang dapat mewujudkan dirinya, perwujudan diri tersebut salah satu kebutuhan pokok dalam hidup manusia.
- b) Kreativitas sebagai kemampuan untuk melihat kemungkinan-kemungkinan untuk menyelesaikan suatu masalah, merupakan bentuk pemikiran yang sampai saat ini masih kurang mendapatkan perhatian dalam pendidikan normal. Anak lebih dituntut berfikir linier, logis, penalaran, ingatan atau pengetahuan yang menuntut jawaban paling tepat terhadap permasalahan yang diberikan.
- c) Bersibuk diri secara kreatif tidak hanya bermanfaat, tetapi juga memberikan kepuasan kepada individu.
- d) Kreativitas memungkinkan manusia meningkatkan kualitas hidupnya.

Sedangkan menurut Munandar yang menjadi ciri-ciri kreativitas adalah sebagai berikut:

- a) Dorongan ingin tahu besar.
- b) Sering mengajukan pertanyaan yang baik.
- c) Memberikan banyak gagasan dan usul terhadap suatu masalah.
- d) Bebas dalam menyatakan pendapat.
- e) Mempunyai rasa keindahan.

- f) Menonjol dalam salah satu bidang seni.
- g) Mempunyai pendapat sendiri dan dapat mengungkapkannya, tidak mudah terpengaruh orang lain.
- h) Rasa humor tinggi.
- i) Daya imajinasi kuat.
- j) Keaslian (orisinalitas) tinggi (tampak dalam ungkapan, gagasan, karangan, dan sebagainya, dalam pemecahan masalah menggunakan cara-cara orisinal, yang jarang diperlihatkan anak-anak lain).
- k) Dapat bekerja sendiri.
- l) Senang mencoba hal-hal baru.
- m) Kemampuan mengembangkan atau memerinci suatu gagasan.

Orang yang kreatif dalam menciptakan ide-ide baru mempunyai sejumlah karakter yang dapat diketahui. Menurut Koswara, ciri-ciri anak yang kreatif cirinya sebagai berikut:

- a) Cenderung mengamati situasi dan problem yang tidak diperhatikan sebelumnya.
- b) Menghubungkan ide-ide dengan pengalaman yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda.
- c) Cenderung menampilkan beberapa alternatif terhadap subjek tertentu.
- d) Tidak menerima begitu saja hal-hal yang sebelumnya terjadi dan tidak terikat dengan kebiasaan.

- e) Memanfaatkan potensi pribadinya, dengan menggali kekuatan emosional, dan mentalnya serta alam bawah sadarnya yang terpendam.
- f) Mengusahakan fleksibilitas tinggi dalam bidang pemikiran dan tindakan-tindakannya.
- g) Pandai menghargai waktu dan memanfaatkan sebaik mungkin untuk menciptakan, membuat gagasan, dan merumuskan permasalahan yang menantang.<sup>41</sup>

### **3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas Anak**

#### **a. Faktor Pendukung Kreativitas Anak**

Kreativitas merupakan potensi yang dimiliki seseorang yang dapat dikembangkan. Dalam mengembangkan kreativitas ini terdapat faktor-faktor yang dapat mendukung upaya dalam menumbuh kembangkan kreativitas. Hurlock mengemukakan beberapa faktor pendorong yang dapat meningkatkan kreativitas, yaitu :

- a) Waktu, anak kreatif membutuhkan waktu untuk menuangkan ide/gagasan atau konsep-konsep dan mencobanya dalam bentuk baru atau original. Anak-anak TK jika sudah mencoba sesuatu mereka tidak mau atau sulit untuk pindah pada kegiatan yang lain.

---

<sup>41</sup> Citra Pertiwi M, Jurnal “*Peningkatan Kreativitas Siswa Melalui Model Project Based Learning Menggunakan Media Flip Chart dalam Pembelajaran IPS*” (Universitas Pendidikan Indonesia), h. 22-24.

- b) Kesempatan menyendiri, anak membutuhkan waktu dan kesempatan menyendiri untuk mengembangkan imajinasinya. Adakalanya anak tidak mau membaur dengan teman-temannya karena sedang melakukan sesuatu yang menarik perhatiannya.
- c) Dorongan, terlepas seberapa jauh hasil belajar anak memenuhi standar orang dewasa, mereka memerlukan dorongan atau motivasi untuk kreatif, bebas dari ejekan. Anak kreatif biasanya dianggap tidak sama dengan teman lain dan mungkin berbuat sesuatu yang aneh menurut orang dewasa dan membuat orang tua khawatir.
- d) Sarana, untuk merangsang dorongan eksperimen dan eksplorasi perlu disediakan sarana bermain. Kondisi yang dapat diciptakan untuk meningkatkan kreativitas anak antara lain dengan menyediakan waktu, memberi kesempatan anak untuk menyendiri, pemberian dorongan atau motivasi serta penyediaan sarana.<sup>42</sup>

#### **b. Faktor Penghambat Kreativitas Anak**

Dalam mengembangkan kreativitasnya, anak yang mengalami berbagai kesulitan dapat merusak bahkan mematikan kreativitasnya. Adapun hambatan-hambatan tersebut yaitu:

- a. Evaluasi, Rogers menekankan salah satu syarat memupuk kreativitas konstruktif yaitu bahwa pendidik tidak memberikan

---

<sup>42</sup> Elizabeth B Hurlock, *Perkembangan Anak*, (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 11.

evaluasi, atau paling tidak menunda pemberian evaluasi sewaktu anak sedang asyik berkreasi. Bahkan menduga akan dievaluasi pun akan mengurangi kreativitas anak.

- b. Hadiah, kebanyakan orang percaya bahwa memberi hadiah akan memperbaiki atau meningkatkan perilaku tersebut. Ternyata tidak demikian, pemberian hadiah dapat merusak motivasi dan mematikan kreativitas. Cukup banyak penelitian menunjukkan bahwa jika perhatian anak berpusat untuk mendapatkan hadiah sebagai alasan untuk melakukan sesuatu maka motivasi dan kreativitas mereka menurun.
- c. Persaingan, kompetensi lebih kompleks daripada pemberian evaluasi atau hadiah secara tersendiri, karena kompetensi meliputi keduanya. Biasanya persaingan terjadi apabila anak merasa bahwa pekerjaannya akan dinilai terhadap pekerjaan siswa lain dan bahwa yang terbaik akan menerima hadiah. Hal ini terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan sayangnya dapat mematikan kreativitas. Misalnya dalam bentuk konteks dengan hadiah untuk pekerjaan yang terbaik, selanjutnya hal ini menimbulkan persaingan antar anak yang akan mulai membandingkan dirinya dengan anak lainnya.
- d. Lingkungan yang membatasi, belajar dan kreativitas tidak dapat ditingkatkan dengan paksaan sebagai anak yang mempunyai pengalaman mengikuti sekolah yang menekankan



disiplin dan hafalan semata-mata. Anak selalu diberi tahu apa yang harus dipelajari, bagaimana mempelajarinya, dan pada saat ujian harus dapat mengulangnya, dengan tepat, pengalaman yang baginya amat menyakitkan dan menghilangkan minatnya.<sup>43</sup>

Imam Musbikin menyatakan ada delapan penghambat kreativitas anak diantaranya sebagai berikut:

- a) Tidak ada dorongan bereksplorasi, yakni adanya rangsangan dan kurangnya pertanyaan yang membangkitkan rasa ingin tahu anak dapat menghambat kreativitas anak. Jawaban dari pertanyaan anak dengan jawaban irasional seperti “sudah dari sananya” membuat anak tidak bereksplorasi. Keadaan akan berbeda jika orang tua atau guru memberi alternatif jawaban: “Wah, ibu juga belum tahu. Yuk kita cari jawabannya dibuka.” Karena salah satu kondisi yang dapat meningkatkan kreativitas adalah adanya dorongan dari orang tua atau guru untuk kreatif.
- b) Jadwal yang terlalu ketat, karena penjadwalan kegiatan yang terlalu padat membuat anak kehilangan salah satu unsur dalam pengembangan kreativitas karena tidak dapat mengeksplorasi dengan kemampuannya.<sup>44</sup> Hurlock mengatakan anak harus disediakan waktu bermain-main dengan gagasan dan konsep-

---

<sup>43</sup> Raudhah, Jurnal “*Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Media Bahan Bekas*” (Universitas Islam Negeri Sumatra Utara), h. 19-20

<sup>44</sup> Imam Musbikin, *Mendadak Anak Kreatif Ala Einstein*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2007), hlm. 7.

konsep serta mencobanya dalam bentuk baru dan orisinal. orang tua adalah memberikan kesempatan kepada anak untuk bereksplorasi sesuai kemampuannya melalui bermain bukan membuat jadwal yang padat pada anak.<sup>45</sup>

- c) Terlalu menekankan kebersamaan keluarga, adakalanya anak membutuhkan waktu untuk menyendiri, karena dengan kesendiriannya anak belajar mengembangkan imajinasinya sebagai bekal untuk menumbuhkan kreativitasnya mandiri sangat diperlukan. Memberi kepercayaan akan menjadikan anak percaya diri. Mengatakan mandiri dan percaya diri adalah dua kualitas yang sangat mendukung kreativitas.
- d) Tidak boleh berkhayal, karena dengan berkhayal anak belajar mengembangkan kreativitas melalui imajinasinya. Orang tua hanya perlu mengarahkan dan memfasilitasi anak untuk mengembangkan imajinasi mereka kebutuhan tentang kebutuhan berkhayal sejalan dengan pendapat singer yang menerangkan bahwa anak membutuhkan waktu dan kesempatan menyendiri untuk mengembangkan kehidupan imajinatif yang kaya.
- e) Orang tua konservatif, yaitu orang tua yang biasanya tidak berani menyimpang dari pola sosial lama. Orang tua model ini biasanya cepat khawatir dengan proses kreativitas anak yang

---

<sup>45</sup> Hurlock Elizabeth B, *Perkembangan Anak Jilid 2 Edisi Ke Enam*, (Jakarta:Erlangga, 1978), hlm. 11.

berada diluar garis kebiasaan. Kondisi orang tua yang dapat meningkatkan kreativitas anak adalah yang selalu mendorong dan membimbing anak untuk menggunakan lingkungan rumah atau sekolah sebagai sarana eksperimentasi dan eksplorasi, bukan orang tua merasa takut jika anak-anaknya menghancurkan barang-barang yang ada didalam rumahnya karena itu, tidak sesuai kebiasaanya. Padahal dari situ anak mencoba belajar untuk memenuhi rasa ingin tahunya dari situ pula kreativitas anak dapat dimunculkan.

- f) Over protektif, Karena perlindungan yang berlebihan pada anak dapat menghilangkan kesempatan mereka bereksplorasi dengan cara baru atau berbeda.
- g) Disiplin otoriter, disiplin otoriter mengarah pada anak tidak boleh menyimpang perilaku yang digariskan orang tua. Akibatnya kreativitas anak menjadi terhalang oleh aturan-aturan yang belum tentu benar. Hal ini sejalan dengan pendapat Hurlock yang menyatakan mendidik anak secara demokratis dan permisif di rumah dan di sekolah dapat meningkatkan kreativitas anak. Mendidik otoriter, berarti memadamkannya.
- h) Penyediaan alat permainan yang terstruktur, alat permainan yang terlalu terstruktur menghilangkan kesempatan anak melakukan bermain secara kreatif, karena anak tidak bisa

mengembangkan imajinasinya. Alat permainan yang tersusun secara acak akan memberikan kesempatan pada anak untuk bereksplorasi dan mengembangkan kreativitas mereka.<sup>46</sup>

#### **4. Model Komunikasi Dakwah dalam Meningkatkan Kreativitas Anak**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa model berarti pola (ragam, acuan, dan sebagainya) dari sebuah hal yang ingin dibuat atau dihasilkan.<sup>47</sup> Menurut Wiryanto dalam pengertian yang luas model dapat diterapkan pada setiap presentasi simbolik dari suatu benda, proses atau ide).<sup>48</sup>

Sedangkan komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lain yang bersumber dari al-qur'an dan hadis dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media.<sup>49</sup>

Model komunikasi dibuat untuk membantu dalam memberi pengertian tentang komunikasi dan menspesifikasi bentuk-bentuk komunikasi yang ada dalam hubungan antar manusia. Seperti yang kita ketahui salah satu dari

---

<sup>46</sup> Imam Musbikin, *Mendadak Anak Kreatif Ala Einstein*, (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2007), hlm. 7.

<sup>47</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), Ed. 3, Cet. 4, h. 751.

<sup>48</sup> Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Grasindo, 2005), Cet. 2, h. 9.

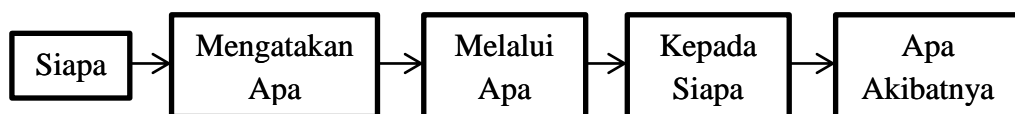
<sup>49</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), Cet. 2, h. 26.

fungsi komunikasi yaitu membantu dan memperbaiki kemacetan didalam proses komunikasi, sehingga komunikasi dapat berjalan dengan lancar.

Terdapat banyak model-model komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli. Dalam meningkatkan kreativitas pada anak model komunikasi yang digunakan adalah model komunikasi Lasswell, Model komunikasi Laswell merupakan ungkapan verbal, yakni:

*Who, Say What, In Which Channel, To Whom, With What Effect?*.

Model tersebut mengisyaratkan bahwa lebih dari satu saluran dapat membawa pesan. Unsur sumber *Who* merangsang pertanyaan pengendalian pesan, *Say What* merupakan bahan untuk analisis isi, *In Which Channel* merupakan saluran komunikasi menarik yang dikaji dalam analisis media, *To Whom* dikaitkan dengan analisis penerima pesan, sementara itu *With What Effect* merupakan akibat yang ditimbulkan oleh pesan komunikasi pada penerima pesan (khalayak, pendengar atau pemirsa).<sup>50</sup>



Gambar 1. Model Komunikasi Lasswell

Bila dihubungkan dengan komunikasi dakwah dalam meningkatkan kreativitas anak, model komunikasi Lasswell ini merupakan da'i yang

<sup>50</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), h. 148.

menyampaikan pesan kepada mad'u dengan cara menyejukan hati, menggembirakan bukan menakut-nakuti, mencari titik persamaan bukan perbedaan, meringankan bukan memberatkan, bertahap dan berangsur-angsur secara. Tujuannya agar mad'u dapat menerima, mengikuti serta menerapkan pesan-pesan yang telah disampaikan oleh da'i sehingga dapat merubah tingkah laku dan menumbuhkan keterampilan dan kreativitas mad'u menjadi lebih baik. Dengan model komunikasi Lasswell, da'i dapat melihat reaksi atau respon dari mad'u, apakah ia menerima atau justru malah mengabaikan pesan-pesan yang telah disampaikan oleh da'i tersebut. Da'i yang dimaksudkan disini ialah para pengasuh, sedangkan mad'u adalah anak-anak panti asuhan.

## **5. Tujuan Kreativitas Anak**

Dalam penelitian Nurhayati menyebutkan bahwa menurut Triantoro tujuan kreativitas merupakan perwujudan dari kebutuhan tertinggi manusia, yaitu aktualisasi diri, menemukan cara-cara baru dalam memecahkan masalah, meningkatkan peradaban manusia berkembang dengan pesat. Oleh karena itu upaya perangsangan kreativitas pada anak sangat penting.<sup>51</sup>

## **C. Komunikasi Dakwah Dalam Meningkatkan Kreativitas Anak**

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang

---

<sup>51</sup> Nurhayati, "Peningkatan Kreativitas Anak Usia Dini Dengan Bereksplorasi Melalui Koran Bekas di TK Aisyiyah Duri", Jurnal Pesona PAUD Vol.1 No.1

lainnya yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Secara umum, komunikasi dakwah adalah suatu penyampaian pesan dakwah yang secara sengaja dilakukan oleh komunikator (dai) kepada komunikan (mad'u) dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu.<sup>52</sup>

Komunikasi dakwah berperan penting dalam meningkatkan kreativitas anak, melalui komunikasi dakwah akan terbentuk pribadi anak dengan iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan hukum-hukum Allah SWT dan tertanam dihati mereka akhlak dan akidah yang mantap sehingga keyakinan tentang ajaran-ajaran Islam tidak lagi dicampuri dengan rasa keraguan mereka. Dengan pesan-pesan yang bersumber dari ajaran Islam, diharapkan anak dapat terus belajar dan selalu timbul rasa ingin tahu sehingga mendorong mereka untuk melakukan sesuatu yang mereka suka agar dapat terus mengembangkan kreativitas mereka dibidang agama maupun umum.

Ditinjau dari berbagai aspek kehidupan, pengembangan kreativitas sangatlah penting. Banyak permasalahan serta tantangan hidup menuntut kemampuan adaptasi secara kreatif dan kepiawaian dalam mencari pemecahan masalah yang imajinatif. Kreativitas yang berkembang dengan baik akan melahirkan pola pikir yang solutif yaitu ketrampilan dalam mengenali permasalahan yang ada, serta kemampuan membuat perencanaan-perencanaan dalam mencari pemecahan

---

<sup>52</sup> Wahyu Ilaichi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 26

masalah.<sup>53</sup> Menurut Gordon dan Browne dalam Moeslihatoen mengatakan bahwa kreativitas anak merupakan kemampuan anak menciptakan gagasan baru yang asli dan imajinatif, dan juga kemampuan mengadaptasi gagasan baru dengan gagasan yang sudah dimiliki.<sup>54</sup>

Supriadi mengungkapkan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada, dan merupakan kemampuan berfikir tingkat tinggi yang mengimplikasikan terjadinya eskalasi dalam kemampuan berfikir yang ditandai oleh sukses, diskontinuitas, diferensiasi, integrasi antara setiap tahap perkembangan.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), h. 68.

<sup>54</sup> Moeslihatoen, *Metode Pengajaran di Taman Kanak-kanak*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2004), h. 19.

<sup>55</sup> Yeni Rachmawati, *Strategi Pengembangan Kreativitas pada anak usia taman kanak-kanak*, (Jakarta : Kencana, 2010), h. 13.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Dzikron, *Metodologi Dakwah*, Semarang: Diktat Kuliah, 1998.
- Ansyari, *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlas, 1993.
- B. Hurlock, Elizabeth, *Perkembangan Anak*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Bajari, Atwar, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Changara, Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008.
- Cholid Narbuko dan H. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.
- Damin, Sudarman, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Dilla, Sumadi, *Komunikasi Pembangunan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- H. Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Jahja, Yudrik, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Katono, Kartini, *Psikologi Anak*, Bandung: Alumni, 2006.
- Koentjaraningrat, *Model-Model Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT Gramedia, 1983.
- Meoloeng, De Lexi J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja RosdaKarya, 2005.

- Moeslihatoen, *Metode Pengajaran Di Taman Kanak-Kanak*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 20015.
- Munandar, Utami, *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*, Jakarta: Rineka Cipta, 1999.
- Munir Amin, Samsul, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Paragonatama Jaya, 2013.
- Musbikin, Imam, *Mendadak Anak Kreatif Ala Einstein*, Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2007.
- Rachmawati, Yeni, *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak Usia Taman Kanak-Kanak*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Rakhmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Saiful Ma'arif, Bambang, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Soehartono, Irawan, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Remaja Rosdkarya, 2011.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Susanto, Astrid, *Filsafat Komunikasi*, Bandung: Bina Cipta, 2000.
- Syaodih Sukmadinata, Nana, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: CV. Gaya Media Pratama, 1997.
- Uchjana Effendy, Onong, *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.

Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Grasindo, 2005

#### SKRIPSI:

Dwi Arianto, Agung, *Hubungan Antara Pembinaan Dengan Sikap Mental Enterpreneurship Bagi Warga Panti Asuhan Muhammadiyah Kabupaten Lumajang Tahun 2012*, Program Sarjana Ilmu Pendidikan, Universitas Jember, Jawa Timur, 2012.

Rosydi, Sabilla, *Internalisasi Nilai-Nilai Agama Islam Melalui Metode Pembiasaan Dalam Pembinaan Mental Anak Di Panti Asuhan Muhammadiyah Wates Kulon Progo*, Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013

#### JURNAL:

Makmur, Agus, *Efektifitas Menggunakan Metode Base Method Dalam Meningkatkan Kreativitas dan Motivasi Belajar Matematika Siswa SMPN 10 Padang Simpuan*, Jurnal.

Nurhayati, *Peningkatan Kreativitas Anak Usia Dini Dengan Berekplorasi Melalui Koran Bekas di TK Aisyiyah Duri*, Jurnal.

Pertiwi M, Citra, *Peningkatan Kreativitas Siswa Melalui Model Project Based Learning Menggunakan Media Flip Chart dalam Pembelajaran IPS*, Jurnal, Universitas Pendidikan Indonesia.

Raudhah, *Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Media Bahan Bekas*, Jurnal, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara.

#### ONLINE:

Adi S. "Pengertian Peningkatan Menurut Para Ahli". (On-Line) tersedia di: <https://www.duniapelajar.com/2014/08/08/pengertian-peningkatan-menurut-para-ahli/>